

شرق روزنامه

خبر

نقد حسین افخمی از کتاب درسی سواد رسانه‌ای

تمسخر به جای ترویج سواد

حسین افخمی، عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی، در نشست بررسی محتوای کتاب «تفکر و سواد رسانه‌ای» برای پایه دهم بیان کرد: در این کتاب هیچ اثری از خوداندیشی و درنگ دیده نمی‌شود که متد جدیدی در نظام آموزشی است. در واقع این خوداندیشی است که می‌تواند مفهوم تفکر را بیافریند که این کتاب این ویژگی را ندارد. اگر بخواهم کتاب را در دو، سه کلمه تعریف کنم، باید بگویم این کتاب بیشتر تمسخر رسانه‌ای است تا تفکر و سواد رسانه‌ای.

به گزارش شفقنا رسانه، افخمی در ابتدای این نشست به قدمت آموزش سواد رسانه‌ای در کشورهای دیگر اشاره کرد و توضیح داد: هدف از سواد رسانه‌ای در کشورهای غربی دفاع از دانش‌آموزان زیر ۱۶ سال بوده است. در واقع پایه و مبنای دفاع انجمن‌ها و سازمان‌ها در مقابل غول‌های رسانه‌ای با سواد رسانه شروع نشده و خیلی قبل‌تر این موضوع مطرح بوده است. او ادامه داد: در آمریکا وقتی گرینر نظریه کاشت را مطرح می‌کند، در واقع با رویکرد کارکردگرایانه رسانه‌ها را مورد سؤال قرار می‌دهد و به همین خاطر جامعه وظیفه و مسئولیت خود را در برابر رسانه‌ها مهم می‌داند. افخمی گفت: در این اوضاع بود که مسئله آموزش رسانه‌ای برای دانش‌آموزان مطرح می‌شود و کشور انگلیس در این میان پیشرو بود و از سال ۱۹۸۰ سواد رسانه‌ای شکل دیگری به خود می‌گیرد.

این منتقد با توضیح درباره جایگاه آموزش سواد رسانه‌ای در کشور، گفت: اگر به تاریخچه این موضوع نگاه کنیم، سال ۱۳۵۶ کتابی با توصیه دانشکده ارتباطات با عنوان رسانه‌های همگانی منتشر شد و کتابی برای دانش‌آموزان پایه دهم بود. آموزش‌وپرورش با دانشکده ارتباطات قراردادی می‌بندد که براساس آن سالی چهار دانشجو برای تدریس این درس بورسیه می‌شدند و آموزش می‌دیدند. این پدیده از همان سال جدا از شاخه‌های دیگر علوم اجتماعی و به‌عنوان یک موضوع مستقل مورد توجه قرار گرفت که متاسفانه از آن زمان تا امسال، موضوع آموزش درباره رسانه‌ها به فراموشی سپرده شد.

افخمی با انتقاد از کتاب «تفکر و سواد رسانه‌ای» توضیح داد: در این کتاب هیچ اثری از خوداندیشی و درنگ دیده نمی‌شود که متد جدیدی در نظام آموزشی است. در واقع این خوداندیشی است که می‌تواند مفهوم تفکر را بیافریند که این‌ کتاب این ویژگی را ندارد. اگر بخواهم کتاب را در دو، سه کلمه تعریف کنم، باید بگویم این کتاب بیشتر تمسخر رسانه‌ای است نه تفکر و سواد رسانه‌ای. او افزود: متاسفانه ما در دانشگاه‌ها شعار بومی‌سازی را رز می‌دهیم. درحالی‌که این کتاب از نمونه‌های ترجمه‌شده استفاده کرده است. من با توجه به شرایط فعلی کشور با نوشتن چنین کتابی زیاد موافق نیستم و معتقدم وقتی ما نمی‌دانیم تیراژ فلان روزنامه چند نسخه است یا اقتصاد رسانه‌ها به چه صورت است و چه کسانی در رسانه‌های ما حمایت مالی می‌کنند، چه چیزی را می‌خواهیم به‌عنوان سواد رسانه‌ای آموزش دهیم.

او ادامه داد: ما باید این موضوع را که یک رسانه با ما چه می‌کند، آموزش دهیم نه اینکه تعریفی از رسانه ارائه دهیم. به‌همین‌دلیل برای درک این مطلب باید پشت پرده این جریان را فقهیم. من بشخصه با سیاسی‌کردن چنین کتاب علمی‌ای مخالفم اما آنچه در سواد رسانه‌ای در کشورهای غربی مطرح است، ترکیب سواد اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای است و دلیل این ترکیب، نزدیک‌شدن مرزهای آنها با یکدیگر است.

افخمی با انتقاد شدید از متن کتاب و کلمات به‌کاررفته در آن گفت: من با اینکه از سالال ۱۳۵۴ با مفاهیم ارتباطات و رسانه در ارتباطم اما محتوای این کتاب را به‌سختی می‌فهمم. بخشی از مطالب کتاب یکدفعه وارد می‌شود. در این کتاب واژه‌هایی به کار رفته که واقعا حیرت‌انگیز است مثل این جمله که «تصاویر معصوم نیستند»؛ کلمه معصوم مفهوم ضمنی دیگری دارد و تفسیر این کلمه جای دیگری است. «پیام همبرگری»؛ بیشتر به طنز شبیه است تا متن درسی یا واژه «مهندسان پیام»؛ استعاره‌ای بسیار بی‌معنی و در واقع نوعی توهین به گیرندگان پیام است.

او افزود: واژه‌های دیگری هم وجود دارد که من به‌عنوان یک خواننده وقتی با آنها مواجه می‌شوم، بدمن به لرزه در می‌آید مثل «تومور مصرف»؛ این کلمه بیشتر ما را یاد سرطان می‌اندازد. پس چطور می‌تواند موجب هراس و ترس مخاطب نشود. یکی از کارکردهای سواد رسانه‌ای، آموزش زبان است که در این کتاب هیچ اشاره‌ای به آن نشده، یعنی تا شخصی زبان رسانه‌ها را بلد نباشد، دیگر مفاهیم مثل بحث بازنمایی‌ها را قطعاً درک نمی‌کند. افخمی با ارائه پیشنهاداتی برای درک بیشتر مطالب این کتاب درسی گفت: به نظرم ۴۰ درصد این کتاب نیاز به بازنویسی دارد و از طرفی دیگر موضوع نیازبنا‌هاست که باید این موضوع در اولویت قرار گیرد.

پیش‌نیاز این درس باید از ارتباطات انسانی شروع شود و مفاهیمی که در این کتاب تفهیم‌شدنی نیست، در ارتباطات انسانی مطرح و آموزش داده شود. در این ارتباطات مهارت‌های سؤال‌کردن، گوش‌دادن و اینکه معنا کجای زبان قرار دارد، مطرح می‌شود. او ادامه داد: این کتاب بیشتر رویکرد کارکردگرایانه رسانه‌ای و انتقال پیام را دارد درحالی‌که در بخش‌هایی از کتاب مطالبی مطرح شده که جنبه‌های پست‌مدرن و مطالعات فرهنگی دارد و پیش‌زمینه این مطالب را دانش‌آموز در مدارس کسب نکرده است. در جایی دیگر از این کتاب، برجسته‌سازی با بزرگ‌نمایی خلط شده و این کاملاً غلط است چراکه ما درباره برجسته‌سازی موضوعات دیگری را مطرح می‌کنیم و درست و بزرگ بودن موضوع منظر نیست. در ایران، از رونق سایر شبکه‌های این دو واد معادل هم در نظر گرفته شده است. افخمی با اشاره به خروجی‌های موردانتظار از این کتاب گفت: در مجموع انتظار داشتم عکس‌ها و مطالب به‌کاررفته در این کتاب رنگ‌وبوی ایرانی داشته باشد. ما موردهای زیادی از رسانه‌های خودمان داریم که اگر آنها را مثال بزینم، دانش‌آموز فهم بیشتری نسبت به رسانه کسب می‌کند. متاسفانه در این کتاب به‌شدت نشانه‌های رسانه‌راسی را می‌بینم و این اصلا به‌نفع ما نیست.

محبوبیت پیام‌رسان‌ها در ایران

امروزه میلیاردها نفر از مردم دنیا هر روز با اتصال به شبکه‌های اجتماعی از حال یکدیگر باخبر می‌شوند. حتی کفته می‌شود روزانه پنج برابر جمعیت انسان‌های روی زمین، پیام الکترونیکی در فضای شبکه‌های اجتماعی مبادله می‌شود. به همین دلیل شاید بتوان برطرف‌دارترین کاربرد فضای مجازی را به شبکه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های پیام‌رسان نسبت داد.

به گزارش مهر، اگرچه آغاز به کار شبکه‌های اجتماعی به سال ۲۰۰۰ باز می‌گردد و در ابتدا این شبکه‌ها تنها سب‌ساز آشنایی دوباره دوستان قدیمی و پیداکردن دوستان جدید بود، اما فضای مجازی آن‌قدر سریع پیش رفت که در کمتر از دودهه، افراد به واسطه عضویت در شبکه‌های اجتماعی از اخبار و رویدادهای جهان به اندازه یک پلک‌زدن فاصله دارند. به همین دلیل امروزه با رواج اپلیکیشن‌ها و پیام‌رسان‌های موبایلی در کنار هزاران شبکه خبری و میلیون‌ها وب‌سایت اینترنتی، تبادل اطلاعات میان مردم جهان، شکلی کاملاً متفاوت نسبت به چند سال اخیر گرفته است.

جالب است بدانید تا سال ۲۰۰۷ عملاً هیچ اپلیکیشنی در دنیا وجود نداشت اما یکباره تا سال ۲۰۱۱ بیش از ۲۵ میلیارد اپلیکیشن در دنیا داندلو شدند. درهمین‌حال در سال ۲۰۱۴ در اروپا حدود ۱۹ درصد رشد اقتصادی گرفته که در نهایت درآمد ۱۶٫۵ میلیون دلار را برای این حوزه رقم زده است. در ایران نیز با توجه به روند رو به‌شد ضربه نفوذ دیجیتال‌شدن، پیش‌بینی مرکز مطالعات استراتژیک غرب حاکی از آن است که تا سال ۱۴۰۰ کشور ما در میان شش کشور اول دنیا از نظر تکنولوژی دیجیتال‌ی و زندگی دیجیتالی قرار می‌گیرد و نقش شبکه‌های اجتماعی در تغییرات سبک زندگی و دیجیتال‌شدن، کاملاً مشهود خواهد بود. آخرین آمارها نشان می‌دهد که کشور ما از نظر بهره‌مندی از اینترنت در بین ۱۸۷ کشور جهان، رتبه ۸۷ را دارد که براساس طبقه‌بندی اتحادیه جهانی مخابرات، ایران در رده کشورهای متوسط به شمار می‌رود. بر مبنای این رده‌بندی که تا پایان سال ۲۰۱۴ میلادی محاسبه شده ۳۵ درصد استفاده‌کنندگان اینترنت در ایران را قشر جوان تشکیل می‌دهند و میانگین زمان صرف‌شده برای اینترنت نیز ۵۲ دقیقه در هفته است. اما با افزایش ابزارهای ارتباطی در کشور و توسعه اینترنت بر بستر موبایل، استفاده جوانان از اینترنت با توجه به محبوبیت شبکه‌های اجتماعی، با سرعت بسیار چشمگیرتری نسبت به آمار اعلام‌شده در حال افزایش است و گفته می‌شود ایرانی‌ها رتبه سوم را در استفاده از این شبکه‌ها در دنیا به خود اختصاص داده‌اند. براساس بررسی مرکز Innovation is everywhere بالغ بر ۸۳٫۲ میلیون مشترک موبایل در ایران وجود دارد و با احتساب اتصال کاربران از طریق موبایل به اینترنت، ضریب نفوذ اینترنت ۵۵ درصد اعلام شده است.

پیام‌رسان‌های تلگرام، واتس‌اپ و شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و فیس‌بوک در میان کاربران ایرانی دارای محبوبیت هستند. طبق مطالعات مرکز ارتباطات آنتبرگ دانشگاه پنسیلوانیا، با رونق شبکه‌های پیام‌رسان موبایلی در ایران، از رونق سایر شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک کاسته شده و با وجودی که گفته شده تا سال ۲۰۱۴ نزدیک به ۵۸ درصد کاربران اینترنتی در ایران عضو این شبکه اجتماعی بودند اما الکسا، فیس‌بوک را صدوشت‌ونهمین سایت محبوب برای کاربران ایرانی می‌داند.



عکس: محمد مویری

گفت‌وگو با مسعود کوثری درباره تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دانش عمومی جامعه

شبکه‌های اجتماعی ما را متوجه‌تر می‌کنند، نه باسوادتر

نگار حسینی

اطلاعات متنوع و گسترده از شبکه‌ای مانند تلگرام موجب می‌شود دامنه نقاطی که در یک نقشه لازم است به آن توجه کنیم بسیار زیاد شود و این البته ممکن است به لحاظ روانی سرگشتگی ایجاد کند و استرس و اضطراب ما را بالا ببرد. وقتی دایره اطلاعات و گستردگی آن پایین‌تر است، مدیریت آن و تعیین جایگاه خویشتن به وسیله فرد ساده است. وقتی نقاط زیاد می‌شوند، اضطراب از اینکه جای من کجاست و چگونه می‌توانم این اطلاعات را هضم کنم، ایجاد می‌شود. بنابراین به‌زودی دچار نوعی اضطراب جدید ناشی از وفور اطلاعات خواهیم شد.

آیا سابقه چنین اضطرابی در جامعه ایرانی پیش از این و با ظهور ماهواره وجود نداشته و تجربه نشده است؟

بله، البته در موج اول مواجهه فرد با ماهواره، میزانی سرگشتگی ایجاد می‌شود اما بعد از اینکه فرد از اطلاعات موجود در شبکه ماهواره‌ای اشباع می‌شود، به دایره محدودی از کانال‌ها می‌رسد که برای مثال در جامعه ایران تعداد کانال‌هایی که عموم مردم تماشا می‌کنند از پنج کانال فراتر نمی‌رود. اما درباره تلگرام باید بگویم که در آن زمان رسیدن به چیزی مشابه این اشباع طولانی‌تر است و درواقع این جامعه هنوز به زمان اشباع نرسیده است. به‌هرحال بابت چنین سرگشتگی‌ای، اضطراب و نگرانی به وجود می‌آید و افراد دائم با خود فکر می‌کنند کجای این گستره قرار دارند و مدیریت روانی اندکی دشوار می‌شود.

آیا میزان اضطرابی که از آن صحبت می‌کنید در میان زنان و مردان متفاوت است؟

من گمان می‌کنم میزان این اضطراب در زنان بیشتر از مردان است. این به آن علت است که دایره توجه مردان در حال کوچک‌ترشدن است و بیشتر به دایره سیاست و ورزش محدود می‌شود که از قبل بوده، به‌ویژه با تلویزیون کاملاً شکل گرفته است اما دایره توجه زنان بسیار وسیع‌تر است؛ یعنی از مسائل طب و بزرگ‌کردن فرزند و زیبایی و دعا و خیاطی و آشپزی و مد و... را دربر می‌گیرد؛ حتی با توجه به علاقه برخی از آنها به سیاست، حوزه‌های مردان هم در آن وجود دارد. به لحاظ روانی حافظه زن‌ها و ساختار روانی زنانه آمادگی بیشتری برای مدیریت چند حوزه دارد. در زندگی، مدیریت موضوعات مختلف معمولاً با زنان است و باید حواسشان به قبض‌ها و درآمد و وضع بچه‌ها و نحوه خرید غذا و میوه و قیمت‌ها و وضع همسرشان باشد. در واقع یک نوع مدیریت تجربه‌شده دارند. این مورد خوبی است که به آنها کمک می‌کند اما اینکه بتوانند از دایره گسترده این اطلاعات دریافتی از تلگرام بیرون بیایند و جایگاهی پیدا کنند اندکی دشوار است و به‌سختی حاصل می‌شود.

به‌زودی در شبکه‌های اجتماعی کار تقلیل شبکه‌ها و انتخاب چند شبکه انجام خواهد شد. چون دایره اطلاعات آن قدر بالا می‌رود که افراد ناچار می‌شوند مفیدترها را نگه دارند و به سراغ بقیه نروند و دامنه گروه‌هایی که از آنها اطلاعات می‌گیرند، محدود می‌شود با این حال در جامعه ایرانی هنوز به آن نقطه نرسیده‌ایم

آیا شما با این دیدگاه موافقید؟
بازودی در شبکه‌های اجتماعی کار تقلیل شبکه‌ها و انتخاب چند شبکه انجام خواهد شد. چون دایره اطلاعات آن قدر بالا می‌رود که افراد ناچار می‌شوند مفیدترها را نگه دارند و به سراغ بقیه نروند و دامنه گروه‌هایی که از آنها اطلاعات می‌گیرند، محدود می‌شود با این حال در جامعه ایرانی هنوز به آن نقطه نرسیده‌ایم.
آیا دهه ۸۰ موج وبلاگ‌نویسی در ایران به وجود آمد. ظاهراً آن فضا افراد کتاب‌خوان را به سمت وبلاگ‌خوانی سوق داد و از کتاب دور کرد و روی دانش و سواد این افراد تأثیر زیادی گذاشت. اطلاعات دست‌دومی که نظر نویسنده وبلاگ از کتاب‌های خوانده و فیلم‌های دیده و فضاهای تجربه‌شده بود، به‌سختی می‌توانستند با اطلاعات درجه‌اولی که افراد از خواندن کتاب و مجلات و روزنامه‌ها به دست می‌آوردند، رقابت کنند.

آیا شما با این دیدگاه موافقید؟
باید بگویم اطلاعات سطح غنا دارند و سطح غنی‌شدن‌شان متفاوت است؛ شاید در تئوری به صورت مشخص مورد توجه قرار نگرفته است. اطلاعات مانند اورانیوم غنی‌شده‌اند که میزان غنای آنها می‌تواند متفاوت

شبکه‌های اجتماعی افراد را با اطلاعات متنوع بمباران می‌کنند. بمباران احتمالاً تعبیر درستی برای رویکرد شبکه‌ها در قبال جامعه است چون در ظاهر افراد جامعه در برابر این حجم اطلاعات بی‌دفاع‌اند. به‌ویژه بعد از فراگیرشدن شبکه‌های اجتماعی و در رأس آنها تلگرام، این بمباران اطلاعاتی شدیدتر و گسترده‌تر شد. صرف‌نظر از اینکه بسیاری از اطلاعات دریافتی از فضایی مانند تلگرام فاقد منبع مطمئن و مستند هستند، حجم این اطلاعات به قدری است که کاربران را دچار اضطراب و نگرانی می‌کند. نگرانی از اینکه کجای این اطلاعات ایستاده‌اند و چگونه می‌توانند خود را بیابند. این به لحاظ روانی ممکن است موجب سرگشتگی شود. گفته می‌شود با توجه به اقبال جامعه نسبت به یک شبکه اجتماعی مانند تلگرام و با توجه به حجم اطلاعات وفور اطلاعات خواهیم شد؛ هرچند جامعه در زمان کوتاهی از این اضطراب عبور خواهد کرد. با مسعود کوثری، عضو هیات علمی ارتباطات دانشگاه تهران، درباره تأثیر شبکه‌های اجتماعی نظیر تلگرام بر آگاهی و دانش جامعه ایرانی گفت‌وگو کرده‌ایم. کوثری معتقد است شبکه‌های اجتماعی لزوماً جامعه را آگاه‌تر و باسوادتر نمی‌کنند اما به‌طور قطع موجب می‌شوند جامعه به چیزهایی توجه کند که پیش از آن کمتر متوجه آنها بوده است.

شبکه‌های اجتماعی مانند تلگرام چه تأثیری روی دانش و سواد جامعه ایرانی داشته است؟ به عبارت دیگر، حجم درخور توجه اطلاعاتی که از طریق تلگرام به مخاطب ایرانی می‌رسد، روی بالارفتن دانش او تأثیری گذاشته است یا خیر؟ این سؤال صرف‌نظر از این واقعیت مطرح می‌شود که بسیاری از اطلاعات دریافتی از تلگرام منبع درست و مشخصی ندارند و قاعداً نباید به شکل چندان جدی مورد توجه قرار گیرند.

درباره چیزی که در شبکه‌های اجتماعی به وجود می‌آید می‌شود گفت باید بین چند مفهوم تمایز قائل شویم که البته هر سه آنها درست است. این مفاهیم عبارت‌اند از: dis-Information، Miss-Information و over-Information. یعنی هم اطلاعات بیش از حد داریم، هم غیراطلاعات هم ضداطلاعات و هر سه اینها در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد؛ اطلاعات درست، نادرست و زیاد. اینها در شبکه‌های اجتماعی در گردش‌اند. طبیعتاً چیزهایی که ارزش اطلاع‌رسانی ندارند یا گمراه‌کننده‌اند، ممکن است آسیب‌رسان باشند یا در زندگی روزمره اختلال ایجاد کنند؛ به‌علاوه اینکه حجمی از مغز و حافظه با این مسائل اشغال می‌شود. اما اینکه آیا اطلاعات این چنینی ما را باسوادتر می‌کند یا خیر، به نظم باید از نوع جدیدی از دانش صحبت کنیم. در واقع شبکه‌های اجتماعی ما را باسوادتر نمی‌کنند بلکه ما را متوجه‌تر می‌کنند؛ یعنی بیشتر توجه ما را نسبت به مسائل برمی‌انگیزند. یعنی دایره توجه ما نسبت به مسائل زیاد شده اما ضرورتاً باسوادتر یا آگاه‌تر نشده‌ایم. می‌توانیم بگویم اگر سه لایه برای این موضوع قائل شویم، شامل سطح توجه و آگاهی و افزایش سواد و اگر سواد را به مفهوم سنتی بگیریم، برخی می‌توانند این سه سطح را طی کنند؛ برخی فقط در سطح توجه یا آگاهی می‌مانند. ممکن است گروه‌های مختلف در سطوح مختلف باشند اما بیشتر مصرف‌کنندگان در سطح توجه می‌مانند.

آیا یعنی به اعتقاد شما بخش کوچکی از مخاطبان شبکه‌های اجتماعی در واکنش به اطلاعات دریافتی از این شبکه‌ها از مرحله توجه عبور و در موردی خاص مطالعه واقعی می‌کنند؟

بله، این اتفاق هم درباره مطالعه و هم درباره مقایسه وجود دارد. به‌هرحال هر خبر یا مطلبی ممکن است ما را به چیزی متوجه کند و این ضرورتاً به معنی آگاه‌ترشدن نیست. ولی اگر به دنبال مقایسه و تکمیل و تأمل در موضوع برویم، از سطح توجه عبور می‌کنیم. این شبیه تمایز پیشین راجع به موسیقی است که برخی به موسیقی گوش می‌دهند و برخی آن را می‌شنوند. برخی موسیقی را به‌عنوان موج می‌شنوند؛ اما وقتی موسیقی را می‌شنوید؛ یعنی در سطحی قرار دارید که موسیقی به سطح آگاهی شما وارد می‌شود و این توجه شما را به سمت آگاهی راهنمایی می‌کند. این سطح در خواندن نیز ممکن است به وجود آید. بسیاری چیزها را در شبکه تلگرام می‌توان دید اما اینکه این دیدن سبب افزایش آگاهی ما می‌شود، ضرورتاً به این معنا نیست.

آیا درباره اینکه اطلاعات دریافتی از یک شبکه اجتماعی با فراگیری و دسترسی ساده مانند تلگرام چه تأثیری بر جامعه می‌گذارد، تحقیقی انجام شده است؟

در ایران نه و در خارج از ایران نمی‌دانم. اما واقعیت این است که گرفتن